



HỘI THẢO KHOA HỌC QUỐC GIA "DU LỊCH VÀ ẨM THỰC"

HỘI THẢO KHOA HỌC QUỐC GIA "DU LỊCH VÀ ẨM THỰC"



TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN HIẾN
Thành Nhân trước thành Danh

● info@vhu.edu.vn ● 18001568

Harmony Campus: 624 Âu Cơ, Phường 10, Quận Tân Bình, TP. HCM
HungHau Campus: Đại lộ Nguyễn Văn Linh, Khu đô thị Nam Thành phố, TP. HCM
Heart Campus: 736 - 738 - 740 Điện Biên Phủ, Phường 10, Quận 10, TP. HCM
myU Campus: 665 - 667 - 669 Điện Biên Phủ, Phường 1, Quận 3, TP. HCM

ISBN: 978-604-346-380-4



SÁCH KHÔNG BÁN



NHÀ XUẤT BẢN KINH TẾ
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH



MỤC LỤC

LỜI NÓI ĐẦU

SUSTAINABLE FOOD TOURISM: A REVIEW OF APPROACHES AND BENEFITS

Trần Thị Bích Duyên..... 1

DU LỊCH ẨM THỰC VÀ NHỮNG XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN Ở VIỆT NAM

Nguyễn Văn Vĩnh..... 12

SỰ KẾT HỢP HIỆU QUẢ GIỮA DỊCH VỤ DU LỊCH ẨM THỰC VÀ NGÀNH NÔNG NGHIỆP

Nguyễn Văn Đông..... 21

ĐÓNG GÓP CỦA DU LỊCH ẨM THỰC ĐẾN GIAO LƯU VĂN HÓA ĐỊA PHƯƠNG

Huyền Thị Mai Trinh, Trần Đình Huy..... 40

SỨC MẠNH TỔNG HỢP CỦA DU LỊCH ẨM THỰC: CÔNG THỨC MỚI ĐỂ PHÁT TRIỂN DU LỊCH THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Nguyễn Ngọc Bảo..... 52

PHÁT TRIỂN DU LỊCH ẨM THỰC Ở TỈNH TIỀN GIANG - TIẾP CẬN TỪ CÂU CHUYỆN ẨM THỰC

Đỗ Lê Phúc Hưng Thịnh, Sui Nghiệp Phát..... 67

QUẢNG BÁ DU LỊCH ẨM THỰC TIỀN GIANG - NHÌN TỪ GÓC ĐỘ TRUYỀN THÔNG MỚI

Đoàn Nguyễn Thùy Trang..... 89

THE IMPACTS OF SOCIAL MEDIA PLATFORMS ON GENERATION Z'S TRAVEL DECISION-MAKING

Phạm Công Danh..... 98



KHAI THÁC YẾU TỐ ÁNH SÁNG TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH ẨM THỰC TẠI ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG

Nguyễn Thị Dung.....115

KHAI THÁC GIÁ TRỊ VĂN HÓA ẨM THỰC ĐIỂM ĐẾN TÂY SÔNG HẬU TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH ẨM THỰC

Trần Trọng Lễ..... 129

VAI TRÒ CỦA HOẠT ĐỘNG VẬN CHUYỂN NHƯ GHE THUYỀN ĐẾN PHÁT TRIỂN DU LỊCH TẠI THÀNH PHỐ MỸ THO, TỈNH TIỀN GIANG

Nguyễn Anh Phúc, Huỳnh Thị Ngọc Quý 143

LIÊN KẾT THỰC PHẨM VÀ DU LỊCH: NGHIÊN CỨU VỀ HỦ TIẾU MỸ THO, TỈNH TIỀN GIANG

Phạm Trịnh Hồng Phi..... 150

PHÁT TRIỂN DU LỊCH BỀN VỮNG TẠI THÁI LAN VÀ KINH NGHIỆM CHO VIỆT NAM

Trần Thị Hòa 163

EXPLOITING THE CULINARY CULTURAL VALUE OF THE ISLAM CHAM PEOPLE IN TOURISM DEVELOPMENT IN AN GIANG PROVINCE

Nguyen Luu Diem Phuc, Ngo An..... 173

KHAI THÁC TIỀM NĂNG ẨM THỰC HALAL NHẪM LÀM PHONG PHÚ SẢN PHẨM DU LỊCH TỈNH TIỀN GIANG

Nguyễn Phùng Thu Trinh..... 192

KHAI THÁC GIÁ TRỊ VĂN HÓA ẨM THỰC CHAY PHỤC VỤ HOẠT ĐỘNG DU LỊCH TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Nguyễn Phúc Hùng, Vũ Phương Linh 206

XU HƯỚNG VỀ DU LỊCH ẨM THỰC TRONG CHUYỂN ĐỔI CÔNG NGHỆ

Phạm Trịnh Hồng Phi 220



**ẨM THỰC CHAY TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH Ở TỈNH
TÂY NINH**

Du Quốc Đạo..... 237

MỠ QUẢNG: ĐẶC SẢN TÌNH NGƯỜI XỨ QUẢNG

Nguyễn Việt Tú..... 246

**BANH MI IN THE SPOTLIGHT: A CASE STUDY OF STREET
FOOD COMPETITION IN HO CHI MINH CITY**

Trần Trọng Thành..... 259

BANH MI AND INTERNATIONAL TOURISM ACTIVITIES

*Minh Trung VO, Bao Trung DUONG,
Vuong Hoai Thao NGUYEN, Thi Lan Chi NGUYEN*..... 275

**XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU SẢN
PHẨM CHẾ BIẾN TỪ GẠO Ở LÀNG NGHỀ TRUYỀN THỐNG
SẢN XUẤT BỘT GẠO SA ĐÉC, TỈNH ĐỒNG THÁP**

*Trần Ái Tiên, Nguyễn Minh Triết,
Nguyễn Thị Kiều Oanh, Hồ Ngọc Các* 287

**PHÁP LUẬT VỀ QUẢNG CÁO CÁC SẢN PHẨM ẨM THỰC
TỪ GẠO THEO TIÊU CHUẨN QUỐC TẾ VÀ GỢI Ý CHO
VIỆT NAM**

Nguyễn Thuận An, Phạm Hoàng Phúc..... 306



DU LỊCH ẨM THỰC VÀ NHỮNG XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN Ở VIỆT NAM

Nguyễn Văn Vĩnh¹

Tóm tắt

Sau đại dịch Covid-19, ngành du lịch Việt Nam phục hồi mạnh mẽ, đặc biệt với sự tăng trưởng về du lịch ẩm thực. Những món ăn nổi tiếng như phở, bánh mì, bún chả, chè... đã thu hút nhiều du khách, tạo cơ hội kinh doanh và việc làm, thúc đẩy sự đổi mới trong ngành. Tuy nhiên, ngành này vẫn đối mặt với nhiều thách thức như thiếu quy hoạch và quản lý bài bản, chất lượng dịch vụ không đồng đều, hạn chế về kỹ năng và kiến thức văn hóa của nhân lực, và quảng bá chưa hiệu quả. Nghiên cứu xác định bốn xu hướng chính: cá nhân hóa trải nghiệm, địa phương hóa, kết hợp ẩm thực với các hoạt động du lịch khác, và phát triển bền vững. Để phát triển bền vững, cần bảo tồn giá trị văn hóa, nâng cao chất lượng dịch vụ, đa dạng hóa sản phẩm du lịch, tăng cường quảng bá, phát triển nguồn nhân lực và đầu tư vào công nghệ và hạ tầng.

Từ khóa: du lịch ẩm thực, xu hướng du lịch ẩm thực, sản phẩm ẩm thực, du lịch văn hóa, văn hóa ẩm thực

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Việt Nam, quốc gia độc lập nằm ở Đông Nam của Châu Á, đã trở thành điểm đến du lịch hàng đầu trong suốt thập kỷ qua. Sự phát triển mạnh mẽ của ngành du lịch Việt Nam không chỉ đến từ sự phong phú, đa dạng về tài nguyên tự nhiên, danh thắng đẹp, di sản văn hóa vật thể và phi vật thể phong phú (Hà Văn Siêu, 2018), mà còn nhờ vào sự đa dạng về món ăn và có phong cách ẩm thực độc đáo.

Du lịch ẩm thực Việt Nam đã ngày càng trở thành một phần không thể thiếu trong việc làm giàu trải nghiệm du lịch của du khách bốn phương. Kể từ khi các quốc gia trên thế giới và Việt Nam không chế được đại dịch Covid-19 thì lượng du khách quốc tế và nội địa đến và đi du lịch ngày càng tăng. Theo thống kê của Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam (2024) trong năm

¹ Trường Đại học Gia Định. Email: vinhnv@giadinh.edu.vn



2023 thì số lượng khách quốc tế đến Việt Nam du lịch đạt hơn 12,6 triệu, du khách nội địa đạt trên 108 triệu lượt khách. Tổng thu từ khách du lịch đạt 678,3 nghìn tỷ đồng, tăng 37% so với năm 2022.

Thêm nữa, ẩm thực Việt Nam còn thể hiện được sự phong phú về văn hóa và lịch sử, với sự kết hợp tinh tế của nguyên liệu, gia vị và phương pháp nấu ăn cổ truyền. Các món ăn truyền thống như phở, bánh mì, bún chả,... thức uống như cà phê, các loại chè như chè đậu đen, chè thưng, chè bảy màu,... đã trở nên nổi tiếng, được nhiều du khách đón nhận và thưởng thức. Những món ăn này không chỉ phản ánh hương vị độc đáo của ẩm thực Việt Nam, mà còn tạo ra những trải nghiệm ẩm thực đáng nhớ cho du khách.

Sự phát triển của du lịch ẩm thực trong những năm qua cũng đã tạo ra nhiều cơ hội kinh doanh và việc làm cho người dân Việt Nam. Các nhà hàng, quán ăn, lớp học nấu ăn và tour ẩm thực đều đang mở rộng và phát triển để đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của du khách. Nhu cầu này không chỉ đến từ sự quan tâm của du khách mà còn là kết quả phát triển của ngành du lịch và sự lan tỏa thông tin văn hóa trên các phương tiện truyền thông. Điều này đặt ra một thách thức đối với các doanh nghiệp du lịch và các cơ sở ẩm thực, đòi hỏi họ phải không ngừng đổi mới và nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ của mình để đáp ứng được nhu cầu ngày càng đa dạng và phong phú của thực khách.

Mặc dù du lịch ẩm thực đang trở thành một phần không thể thiếu trong ngành du lịch Việt Nam, nhưng việc thiếu đi những nghiên cứu chuyên sâu về xu hướng phát triển của nó vẫn là một thách thức đối với các nhà nghiên cứu và ngành công nghiệp du lịch. Hiểu rõ hơn về xu hướng và định hình của du lịch ẩm thực có thể giúp các doanh nghiệp du lịch và các kinh doanh dịch vụ ẩm thực phát triển chiến lược hiệu quả và đáp ứng được nhu cầu của thực khách.

Nghiên cứu chuyên sâu về xu hướng phát triển của du lịch ẩm thực tại Việt Nam cũng có thể cung cấp thông tin quan trọng cho các cơ quan quản lý và chính phủ để định hình các chính sách và chiến lược phát triển du lịch bền vững. Đồng thời, đây cũng là cơ hội mở ra các hướng nghiên cứu mới và thúc đẩy sự đổi mới trong ngành du lịch và ẩm thực tại Việt Nam.

2. KHÁI NIỆM VÀ ĐẶC ĐIỂM CỦA DU LỊCH ẨM THỰC

2.1. Một số khái niệm về du lịch ẩm thực

Du lịch ẩm thực đã được các nhà nghiên cứu đưa ra khái niệm từ vài



thập kỷ trước. Hall & Mitchell (2001) cho rằng du lịch ẩm thực là hoạt động của khách du lịch với mục đích chính là đi đến các điểm sản xuất, chế biến món ăn, các lễ hội ẩm thực, các nhà hàng hoặc những điểm đến cụ thể nơi họ có thể được nếm, được trải nghiệm các món ăn điển hình, độc đáo của điểm đến (Nguyễn Vũ Thùy Chi, 2021).

Theo Hiệp hội Du lịch Ẩm thực Thế giới thì “du lịch ẩm thực là hành động du lịch để thưởng thức hương vị của một địa điểm nhằm cảm nhận về nơi đó” (WFTA, 2024).

Ngoài ra, “du lịch ẩm thực là loại hình du lịch văn hóa mà qua đó du khách không chỉ được trải nghiệm các món ăn, đồ uống mà là cả các trải nghiệm bản sắc văn hóa, cuộc sống của cộng đồng tại điểm đến qua câu chuyện của từng món ăn, đồ uống đó” (Đỗ Thị Thanh Hoa, 2019). Theo Đỗ Thị Thanh Hoa (2019), “du lịch ẩm thực là loại hình du lịch văn hóa mà qua đó du khách không chỉ được trải nghiệm các món ăn, đồ uống mà là cả các trải nghiệm bản sắc văn hóa, cuộc sống của cộng đồng tại điểm đến qua câu chuyện của từng món ăn, đồ uống đó. Với việc trải nghiệm các món ăn, đồ uống, lễ hội ẩm thực, lớp học nấu ăn hoặc bữa ăn theo mô hình “từ trang trại đến bàn ăn”.

2.2. Đặc điểm của du lịch ẩm thực

Du lịch ẩm thực ở Việt Nam mang tính trải nghiệm cao, cho phép du khách khám phá sâu sắc văn hóa và con người địa phương. Bằng việc tham gia vào các hoạt động ẩm thực như thưởng thức các món ăn đặc sản, tham quan các phiên chợ địa phương, và tham gia các lớp học nấu các món ăn truyền thống, du khách có cơ hội hiểu rõ hơn về lối sống, phong tục và tập quán của người dân bản địa (Băng Hào, 2023). Những trải nghiệm này không chỉ làm phong phú thêm hành trình du lịch mà còn giúp du khách có cái nhìn chân thực và sâu sắc hơn về nền văn hóa đa dạng và phong phú của Việt Nam.

Thêm vào đó, du lịch ẩm thực còn có khả năng thu hút một lượng lớn du khách đa dạng, bao gồm cả du khách trong nước và quốc tế. Với sự phong phú và hấp dẫn của ẩm thực Việt Nam, từ những món ăn đường phố giản dị đến những bữa tiệc sang trọng, du lịch ẩm thực đáp ứng được sở thích và nhu cầu của nhiều đối tượng khách hàng khác nhau. Hơn nữa, “sự kết hợp giữa ẩm thực và các hoạt động văn hóa, lịch sử, và thăm quan các danh thắng thiên nhiên giúp tạo ra những trải nghiệm du lịch độc đáo và hấp dẫn, làm tăng tính cạnh tranh của ngành du lịch Việt Nam trên thị trường quốc tế” (Phạm Thu Huyền, 2023).



Ngoài ra, du lịch ẩm thực đóng một vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy phát triển kinh tế địa phương. Thông qua các sản phẩm về du lịch ẩm thực, các địa phương đã thu một lượng lớn du khách, tạo ra nhu cầu lớn về dịch vụ ăn uống, lưu trú và các hoạt động liên quan, từ đó tạo ra nhiều cơ hội việc làm và tăng thu nhập cho người dân địa phương (Việt Anh, 2023). Các nhà hàng, quán ăn, chợ truyền thống, chợ phiên (ở các vùng cao Tây Bắc) và các cơ sở sản xuất thực phẩm đều được hưởng lợi từ sự phát triển của du lịch ẩm thực, góp phần nâng cao mức sống và cải thiện kinh tế địa phương. Hơn nữa, việc bảo tồn và phát huy các giá trị ẩm thực truyền thống cũng giúp giữ gìn bản sắc văn hóa và thúc đẩy du lịch bền vững (Phan Thị Ngọc Diệp, 2022).

3. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH ẨM THỰC Ở VIỆT NAM

Trong những năm gần đây, ngành Du lịch Việt Nam nói chung và du lịch ẩm thực nói riêng đã đạt được một số các thành tựu nổi bật. Một trong những thành tựu đáng chú ý của du lịch ẩm thực tại Việt Nam là việc ẩm thực Việt Nam được UNESCO công nhận là di sản văn hóa phi vật thể. Sự công nhận này chứng tỏ giá trị văn hóa sâu sắc và đa dạng của ẩm thực Việt Nam, từ các món ăn truyền thống đến phong cách nấu nướng đặc trưng của từng vùng miền (Phạm Thu Huyền, 2023). Điều này không chỉ giúp nâng cao vị thế của ẩm thực Việt Nam trên trường quốc tế mà còn là nguồn cảm hứng cho sự phát triển của ngành du lịch ẩm thực.

Thành tựu khác của du lịch ẩm thực tại Việt Nam là sự tăng lên về số lượng du khách tham gia vào việc trải nghiệm về ẩm thực. Khách du lịch không chỉ đến Việt Nam để thưởng thức các món ăn đặc trưng mà còn để trải nghiệm và hiểu sâu hơn về văn hóa và lối sống của người dân địa phương thông qua ẩm thực (Băng Sơn, 2023). Sự tìm tòi, khám phá, hiểu biết và quan tâm đến ẩm thực Việt Nam của du khách cũng góp phần vào việc quảng bá và phát triển ngành du lịch.

Thêm vào đó, nhiều tổ chức lữ hành quốc tế đã tổ chức nhiều tour du lịch ẩm thực hấp dẫn và đa dạng cho du khách đến Việt Nam trải nghiệm. Các tour này không chỉ tập trung vào việc thưởng thức món ăn mà còn mang lại cho du khách trải nghiệm về mặt tương tác với người dân địa phương, học hỏi về cách làm món ăn và cả cách mua sắm, sử dụng và bảo quản nguyên liệu, gia vị... (Hà Nội Mới, 2019). Sự đa dạng trong các tour du lịch ẩm thực giúp đáp ứng nhu cầu và sở thích đa dạng của du khách.



Một điểm nổi trội đáng ghi nhận khác đối với du lịch ẩm thực là, nhờ loại hình này, nhiều cơ hội cho các nhà hàng và quán ăn địa phương được du khách biết đến và đánh giá cao. Nhờ vào sự quan tâm và sự tăng cường về chất lượng dịch vụ, nhiều nhà hàng và quán ăn địa phương đã trở thành điểm đến phổ biến và được ưa chuộng của du khách (Lý Liệt Thanh, 2023). Sự đánh giá cao này không chỉ thúc đẩy doanh thu mà còn nâng cao uy tín của ngành du lịch ẩm thực Việt Nam trên thị trường quốc tế.

4. NHỮNG THÁCH THỨC VÀ HẠN CHẾ CỦA DU LỊCH ẨM THỰC

Bên cạnh những thành tựu đạt được thì du lịch ẩm thực cũng đã và đang phải đối mặt với nhiều thách thức và cả những hạn chế. Đầu tiên phải kể đến đó là thiếu việc quy hoạch và quản lý bài bản trong việc quản lý và phát triển. Sự phát triển không đồng đều và không có kế hoạch dài hạn có thể dẫn đến tình trạng quá tải ở một số địa điểm du lịch ẩm thực, trong khi các khu vực khác có thể bị bỏ quên. Điều này không chỉ gây ra sự không ổn định trong ngành mà còn ảnh hưởng đến trải nghiệm du lịch của du khách và gây tổn hại cho môi trường và văn hóa địa phương.

Kế đến, vấn đề về chất lượng dịch vụ du lịch ẩm thực chưa đồng đều ở nhiều nơi. Mặc dù có nhiều nhà hàng và quán ăn, nhưng không phải tất cả đều đáp ứng được tiêu chuẩn về vệ sinh, chất lượng thực phẩm và phục vụ. Sự không đồng đều này không chỉ làm giảm niềm tin của du khách mà còn ảnh hưởng đến uy tín của du lịch ẩm thực của Việt Nam trên thị trường quốc tế (Phan Thị Ngọc Diệp, 2022).

Thêm nữa, năng lực nguồn nhân lực phục vụ trong du lịch ẩm thực còn hạn chế, thiếu hụt về lao động. Nhân viên trong ngành thường đối mặt với các thách thức như kỹ năng giao tiếp tiếng Anh không đủ, kiến thức về văn hóa và ẩm thực còn hạn chế, và không có đào tạo chuyên sâu về dịch vụ du lịch ẩm thực. Điều này ảnh hưởng đến trải nghiệm của du khách và gây ra sự bất tiện trong quản lý và vận hành của các doanh nghiệp du lịch và ẩm thực.

Một vấn đề khác là tình trạng thiếu các chương trình quảng bá du lịch ẩm thực hiệu quả. Mặc dù ẩm thực Việt Nam có nhiều điểm đặc sắc, nhưng việc quảng bá và tiếp thị không đủ mạnh, liên tục để thu hút được sự chú ý của du khách quốc tế (Phạm Thu Huyền, 2023; Việt Anh, 2023). Sự thiếu hụt này có thể làm giảm đi tiềm năng phát triển của ngành du lịch ẩm thực và làm giảm uy tín của Việt Nam trên thị trường du lịch quốc tế.



5. XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN CỦA DU LỊCH ẨM THỰC VIỆT NAM

Qua quan sát và nghiên cứu, tác giả nhận thấy du lịch ẩm thực của Việt Nam đang vận hành và phát triển theo bốn xu hướng chính như sau:

Tính cá nhân hóa trong du lịch ẩm thực: Trong thời đại hiện nay, xu hướng này đang ngày càng trở nên phổ biến. Du khách không chỉ muốn thưởng thức các món ăn ngon mà còn mong muốn trải nghiệm những trải nghiệm ẩm thực phù hợp với sở thích và nhu cầu cá nhân của họ (Phạm Thu Huyền, 2023). Điều này đặt ra một thách thức và cũng là cơ hội cho các doanh nghiệp du lịch và ẩm thực trong việc tạo ra các sản phẩm và dịch vụ linh hoạt và đa dạng để đáp ứng được nhu cầu đa dạng của khách hàng.

Địa phương hóa: Đây là một trong những xu hướng quan trọng trong phát triển du lịch ẩm thực ở Việt Nam. Du khách ngày càng ưa chuộng thưởng thức ẩm thực địa phương, đặc biệt là các món ăn truyền thống và đặc sản vùng miền (Minh Anh, 2024). Điều này tạo ra cơ hội cho các doanh nghiệp và cơ sở ẩm thực địa phương để phát triển và giữ gìn những giá trị văn hóa và truyền thống của Việt Nam thông qua ẩm thực.

Kết hợp giữa du lịch ẩm thực và các hoạt động khác trong du lịch: Du lịch ẩm thực không chỉ là việc thưởng thức món ăn mà còn kết hợp với các hoạt động du lịch khác như tham quan di tích lịch sử, văn hóa, trải nghiệm thiên nhiên, ... (Nguyễn Thị Thùy Linh, 2021). Điều này tạo ra những trải nghiệm du lịch phong phú và đa chiều cho du khách, từ đó thu hút và giữ chân khách hàng một cách hiệu quả.

Phát triển bền vững: Xu hướng này là một yếu tố không thể thiếu trong du lịch ẩm thực ở Việt Nam. Ngành du lịch ẩm thực đang dần chuyển hướng và hướng đến việc bảo vệ môi trường, sử dụng nguyên liệu địa phương và đảm bảo điều kiện vệ sinh an toàn thực phẩm. Việc áp dụng các tiêu chuẩn và quy trình này không chỉ làm giảm tiêu thụ năng lượng và tài nguyên mà còn làm tăng giá trị cho trải nghiệm du lịch và đóng góp vào sự phát triển bền vững của ngành du lịch ẩm thực.

6. CÁC GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DU LỊCH ẨM THỰC Ở VIỆT NAM

Để phát triển du lịch ẩm thực một cách bền vững thì cần các giải pháp đồng bộ và nhất quán. Điều này không chỉ đòi hỏi ở các cơ quan quản lý về du lịch ở cấp nhà nước và địa phương cần phải có các giải pháp hữu hiệu mà còn đòi hỏi sự tham gia của các tổ chức, doanh nghiệp kinh doanh, hoạt



động trong lĩnh vực du lịch và cả cộng đồng và ý thức trách nhiệm của từng hộ gia đình, người dân. Dưới đây là một số các nhóm giải pháp khả dĩ:

Quản lý nhà nước và địa phương trong vấn đề quy hoạch, phát triển loại hình du lịch ẩm thực: Để phát triển bền vững ngành du lịch ẩm thực ở Việt Nam, cần thiết phải có quy hoạch bài bản và quản lý hiệu quả hoạt động du lịch ẩm thực. Điều này bao gồm việc xác định và bảo tồn các khu vực và điểm đặc biệt về ẩm thực, thiết lập các quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm và quản lý môi trường, cũng như tạo ra các chính sách và cơ chế hỗ trợ cho các doanh nghiệp và cơ sở cung cấp dịch vụ ẩm thực tại địa phương.

Đa dạng hóa các sản phẩm du lịch ẩm thực: Để thu hút và giữ chân du khách, cần đa dạng các sản phẩm du lịch ẩm thực như tổ chức các tour thưởng thức ẩm thực tại các khu chợ địa phương, chợ phiên; tổ chức các khóa học nấu các món ăn truyền thống của dân tộc, hoặc tham gia vào các sự kiện và hội chợ ẩm thực. Việc cung cấp nhiều lựa chọn cho du khách giúp tạo ra trải nghiệm đa dạng và phong phú.

Truyền thông: Tăng cường quảng bá du lịch ẩm thực Việt Nam qua các phương tiện truyền thông như các nền tảng mạng xã hội, trang web về du lịch, video quảng cáo, blog du lịch, tạp chí du lịch, và các chương trình truyền hình về ẩm thực. Bằng cách này, thông điệp về đặc sản và văn hóa ẩm thực của Việt Nam có thể được lan truyền rộng rãi và thu hút sự quan tâm của du khách quốc tế. Bên cạnh đó, việc hợp tác với các công ty lữ hành để đưa du lịch ẩm thực vào các chương trình du lịch như tổ chức các tour du lịch ẩm thực, bao gồm việc tham quan thị trường địa phương, tham gia vào các lớp học nấu ăn truyền thống, và thưởng thức các món ăn đặc sản theo vùng, miền.

Thường xuyên hoặc định kỳ tổ chức các sự kiện về ẩm thực nhằm thu hút du khách: Để thu hút sự chú ý của du khách, cần tổ chức các sự kiện về du lịch ẩm thực như các hội chợ về ẩm thực, các lễ hội văn hóa, cuộc thi nấu ăn, và các tour thực địa. Việc tổ chức các sự kiện về du lịch ẩm thực sẽ góp phần làm cho Việt Nam không những trở thành điểm đến hấp dẫn mà còn tạo ra những trải nghiệm độc đáo và đáng nhớ cho du khách.

7. KẾT LUẬN

Dù đã đạt được những thành tựu phát triển đáng ghi nhận, nhưng du lịch ẩm thực ở Việt Nam vẫn còn nhiều tiềm năng để khai thác và phát triển. Với sự đa dạng về món ăn và văn hóa ẩm thực, cùng với cảnh quan tự nhiên



và di sản văn hóa phong phú, Việt Nam có thể trở thành một điểm đến lý tưởng cho du khách yêu thích ẩm thực.

Để đảm bảo sự phát triển lâu dài và bền vững, ngành du lịch Việt Nam cần chú trọng đến việc bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa, môi trường và các nguồn tài nguyên thiên nhiên. Cần thúc đẩy mô hình kinh doanh và hoạt động du lịch ẩm thực có trách nhiệm với cộng đồng và môi trường, từ đó tạo ra lợi ích lâu dài cho cả du khách và cộng đồng địa phương.

Để tận dụng tiềm năng của du lịch ẩm thực, cần phải thúc đẩy các biện pháp như nâng cao chất lượng dịch vụ và đa dạng hóa các sản phẩm du lịch ẩm thực, tăng cường quảng bá và tiếp thị, phát triển nguồn nhân lực, cũng như đầu tư vào công nghệ và hạ tầng du lịch. Bằng cách này, du lịch ẩm thực Việt Nam có thể phát triển mạnh mẽ và bền vững trong thời gian tới, đóng góp vào sự phát triển toàn diện của ngành du lịch và nền kinh tế quốc gia.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Băng Hào (2023). *Trải nghiệm ẩm thực là xu hướng du lịch của năm 2024*. Retrieved from Tạp chí Kinh tế Việt Nam: <https://vneconomy.vn/trai-nghiem-am-thuc-la-xu-huong-du-lich-cua-nam-2024.htm>
- Băng Sơn (2023). *Ẩm thực là “vũ khí” chiến lược của du lịch Việt Nam?* Retrieved from Tạp chí Kinh tế Việt Nam: <https://vneconomy.vn/am-thuc-la-vu-khi-chien-luoc-cua-du-lich-viet-nam.htm>
- Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam (2024). *Số Liệu Thống Kê*. Retrieved from Cục Du Lịch Quốc Gia Việt Nam: <https://vietnamtourism.gov.vn/statistic>
- Đỗ Thị Thanh Hoa (2019). *Những xu hướng lan tỏa và định hình sản phẩm du lịch trong thời gian tới*. Retrieved 19 5, 2024, from Viện Nghiên Cứu Phát Triển Du Lịch: https://itdr.org.vn/nghien_cuu/nhung-xu-huong-lan-toa-va-dinh-hinh-san-pham-du-lich-trong-thoi-gian-toi/
- Hà Nội Mới (2019). *Sức hấp dẫn mang tên “Hà Nội”: Tình hoa ẩm thực Hà thành*. Retrieved from Cục Du Lịch Quốc Gia Việt Nam: <https://vietnamtourism.gov.vn/post/30592>
- Hà Văn Siêu (2018). *Di sản văn hóa với phát triển du lịch*. Retrieved from Cục Du Lịch Quốc Gia Việt Nam: <https://vietnamtourism.gov.vn/post/26992>



- Hall, M., & Mitchell, R. (2001). Wine and Food Tourism. In N. Douglas, & R. Derrett (Eds.), *Special Interest Tourism* (pp. 307-325). Sydney: Wiley.
- Lý Liệt Thanh (2023). *Nâng cao chất lượng dịch vụ ăn uống: Nghiên cứu tại Nhà hàng Boomerang quận 7, Thành phố Chí Minh*. Retrieved from Tạp chí Công Thương: <https://tapchicongthuong.vn/nang-cao-chat-luong-dich-vu-an-uong--nghien-cuu-tai-nha-hang-boomerang-quan-7--thanh-pho-chi-minh-102550.htm>
- Minh Anh (2024). *Tinh hoa ẩm thực Hà Nội trở thành sản phẩm du lịch hấp dẫn*. Retrieved from Cổng Thông Tin Điện Tử Chính Phủ: <https://thanglong.chinhphu.vn/tinh-hoa-am-thuc-ha-noi-tro-thanh-san-pham-du-lich-hap-dan-103240111162159837.htm>
- Nguyễn Thị Thùy Linh (2021). *Vai trò của văn hóa ẩm thực trong phát triển du lịch*. Retrieved from Trường Đại học Sư Phạm Nghệ thuật Trung Ương: <http://www.spnttw.edu.vn/articledetail.aspx?articleid=17190&sitepageid=632>
- Nguyễn Vũ Thùy Chi (2021). Du lịch ẩm thực - Hướng đi mới trong phát triển du lịch tỉnh An Giang. *Tạp chí Công Thương*.
- Phạm Thu Huyền (2023). Một số giải pháp phát triển ẩm thực cho ngành du lịch Việt Nam vươn tầm quốc tế. *Tạp chí Công Thương*, 3. Retrieved from <https://tapchicongthuong.vn/mot-so-giai-phap-phat-trien-am-thuc-cho-nganh-du-lich-viet-nam-vuon-tam-quoc-te-103565.htm>
- Phan Thị Ngọc Diệp (2022). *Ẩm thực du lịch gắn với trải nghiệm văn hóa*. Retrieved from Tạp chí Công Thương.
- Việt Anh (2023). *Ẩm thực làm tăng sức hấp dẫn của du lịch Việt Nam*. Retrieved from Nhân Dân: <https://nhandan.vn/am-thuc-lam-tang-suc-hap-dan-cua-du-lich-viet-nam-post776951.html>
- WFTA (2024). *What is Food Tourism?* Retrieved from World Foodtravel Association: <https://www.worldfoodtravel.org/what-is-food-tourism>

Kỷ yếu Hội thảo khoa học quốc gia “Du lịch và Ẩm thực”

Tác giả
Nhiều tác giả

Chịu trách nhiệm xuất bản
GS.TS. Nguyễn Khắc Quốc Bảo

Biên tập
Nguyễn Ngọc Định

Trình bày (nếu có)

Sửa bản in (nếu có)

Mã số ISBN
978-604-346-380-4

Đơn vị liên kết xuất bản:
Trường Đại học Văn Hiến

Địa chỉ: 613 Âu Cơ, Phường Phú Trung, Quận Tân Phú, Tp.HCM

Nhà xuất bản Kinh tế TP. Hồ Chí Minh
Số 279 Nguyễn Tri Phương, Phường 5, Quận 10, TP. Hồ Chí Minh.
Website: www.nxb.ueh.edu.vn – Email: nxb@ueh.edu.vn
Điện thoại: (028) 38.575.466 – Fax: (028) 38.550.783

In 60 cuốn, khổ 19x26.5 cm tại Công ty TNHH MTV In Kinh tế
Địa chỉ: 279 Nguyễn Tri Phương, Phường 5, Quận 10, TP. HCM
Số xác nhận ĐKXB: 4179-2024/CXBIPH/4-10/KTTPHCM
Quyết định số: 117/QĐ-NXBKTTPHCM cấp ngày 07/11/2024
In xong và nộp lưu chiểu năm 2024